

Sponsoring „Wissen vor acht“

Ergebnisse der Begleitforschung

The Babbel logo consists of a white plus sign followed by the word "Babbel" in a bold, white, sans-serif font, all contained within an orange rounded rectangular background.

+ Babbel

The WDR media group logo features the text "WDR" in a bold, dark blue font, followed by a diagonal slash and the words "media group" in a smaller, dark blue font.

WDR / media
group

Der Inhalt

Einleitung

Der Untersuchungssteckbrief

Die Key-Facts

Die Ergebnisse im Detail

- Online-Sprachkurse
- Nutzung und Bewertung „Wissen vor acht“
- Sponsoring-Erinnerung (ungestützt/gestützt)
- Bekanntheit (ungestützt/gestützt)
- Werbeerinnerung (ungestützt/gestützt)
- Der Sponsoring-Trailer
 - Recognition
 - Bewertung des Sponsoring-Trailers
 - Wahrnehmung des Sponsoring-Trailers
 - Image +Babbel

Einleitung

Der Kunde Lesson Nine GmbH hatte von September bis November 2015 für sein Produkt +Babbel das Format „Wissen vor acht“ als Sponsoringumfeld belegt.

"Wissen vor acht" mit den vier Themenfeldern Zukunft, Mensch, Werkstatt und Natur ist das informative Kurzformat der ARD, das montags bis donnerstags, immer um 19.45 Uhr ausgestrahlt wird, und Werbekunden einen attraktiven Einstieg in das begehrte Werbeumfeld vor der Tagesschau bietet.

Die vier Moderatoren Vince Ebert, Thomas D, Anja Reschke und Dr. Susanne Holst wechseln sich bei der unterhaltsamen Vermittlung von Wissen im Kurzformat ab und erreichen regelmäßig Zuschauer mit überdurchschnittlich hohem Einkommen und besserer Bildung.

Babbel hat den Anspruch, Lernen einfach und effizient zu machen. Für +Babbel ist Sprache viel mehr als ein Unterrichtsfach, wie man es aus der Schule kennt – Sprache ist ein Mittel zur Kommunikation, das andere Welten eröffnet und den Horizont erweitert.

Hier trifft der Anspruch von +Babbel auf das Programmkonzept von „Wissen vor acht“. Um alle „Wissbegierigen" („Viel Spaß allen Wissbegierigen bei Wissen vor acht") zu erreichen, hatte +Babbel sich für das Programmsponsoring von „Wissen vor acht“ entschieden.

Die nachfolgend vorgestellten Ergebnisse der Begleitforschung belegen die Richtigkeit dieser Entscheidung.

Der Untersuchungssteckbrief

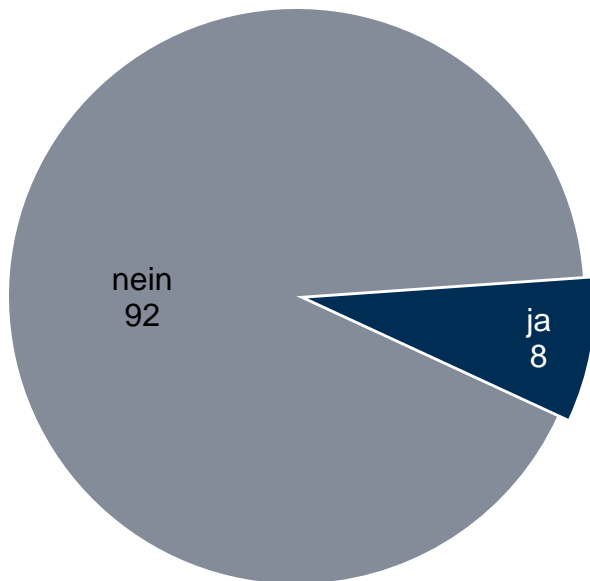
- **Methode**
Onlinebefragung
- **Stichprobe**
Seher „Wissen vor acht“ 18-69 Jahre (n=402 bzw. 800)
- **Feldzeit**
27.-31. August 2015 (vor Start des Sponsorings)
21.-30. November 2015 (Ende des Sponsorings)
- **„Wissen vor acht“**
Montag bis Donnerstag, ca. 19.45 Uhr, Intro + Outro (jeweils 7 Sekunden)
- **Durchführendes Institut**
LINK Institut für Markt- und Sozialforschung, Frankfurt
- **Auftraggeber**
WDR mediagroup, Köln
- **Beratung**
ARD-Werbung SALES & SERVICES, Frankfurt

Die Key-Facts

- Das Programmformat „Wissen vor acht“ kommt bei den Zuschauern gut an
 - 83 Prozent der Befragten geben der Sendung die Note sehr gut oder gut.
- Die Seher von „Wissen vor acht“ haben eine positive Einstellung zum Sponsoring
 - 75 Prozent sagen, dass Unternehmen, die Sponsoring machen, sich gut einprägen.
- +Babbel wurde durch das Sponsoring bei den Sehern von „Wissen vor acht“ zum bekanntesten Anbieter von Online-Sprachkursen.
- Das Sponsoring von „Wissen vor acht“ führte für +Babbel zu signifikanten Steigerungen:
 - der gestützten und ungestützten Bekanntheit
 - der gestützten und ungestützten Werbe-Erinnerung
 - der gestützten und ungestützten Sponsoring-Erinnerung
- Die Sponsoring-Trailer von +Babbel haben bei den Sehern von „Wissen vor acht“ gewirkt:
 - 78 Prozent haben die Sponsoring-Trailer positiv bewertet
 - 69 Prozent würden bei +Babbel einen Sprachkurs belegen
 - 58 Prozent sind durch die Trailer neugierig auf +Babbel geworden
 - 57 Prozent ist +Babbel sympathischer geworden
- Nach dem Programm-Sponsoring wird +Babbel von den Sehern von „Wissen vor acht“ als modern, innovativ und sympathisch wahrgenommen.

Online-Sprachkurse

Es besteht großes Markpotential für Online-Sprachkurse. Nur 8 Prozent der Befragten haben innerhalb der letzten 2 Jahre einen Online-Sprachkurs belegt. Das Ranking der Online-Sprachkurse wird angeführt von Englisch-, Spanisch-, Französisch- und Italienisch-Kursen.

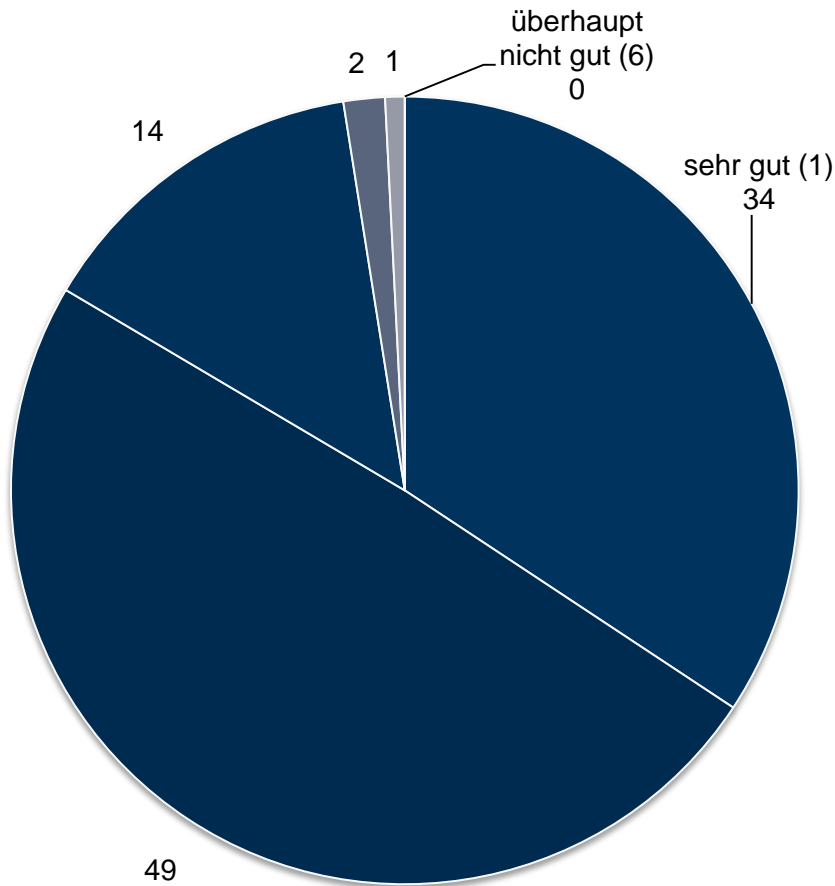


| | |
|-------------|------|
| Englisch | 41,4 |
| Spanisch | 31,0 |
| Französisch | 28,2 |
| Italienisch | 25,7 |
| Russisch | 13,7 |
| Schwedisch | 5,7 |
| Arabisch | 5,4 |
| Japanisch | 1,7 |
| Sonstige | 21,8 |

Haben Sie persönlich innerhalb der letzten 2 Jahre einen Online-Sprachkurs belegt?/Anteil in Prozent

Welche Fremdsprachen würden Sie gerne lernen oder auffrischen?

Bewertung „Wissen vor acht“

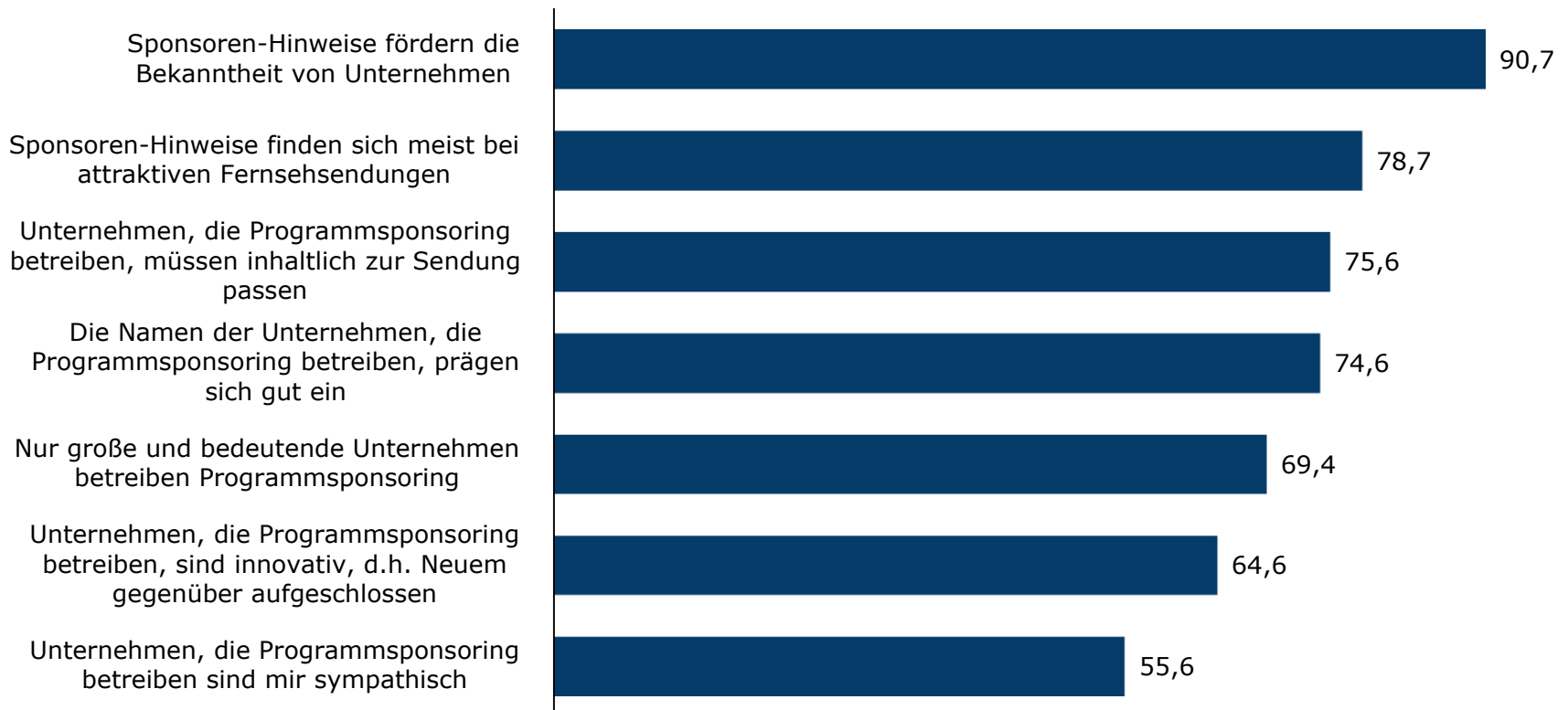


„Wissen vor acht“ kommt bei den Sehern gut an. 83 Prozent der Befragten geben der Sendung die Noten sehr gut und gut.

Und wie gut gefällt Ihnen „Wissen vor acht“ alles in allem?/Anteil in Prozent

Einstellungen zum Sponsoring

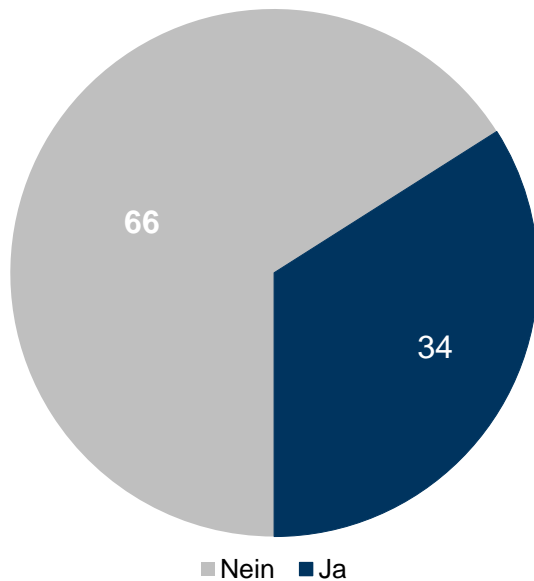
Die Seher von „Wissen vor acht“ haben eine positive Einstellung zum Sponsoring.



Zustimmung Top-3-Box (Schulnoten 1-3) / Anteil in Prozent

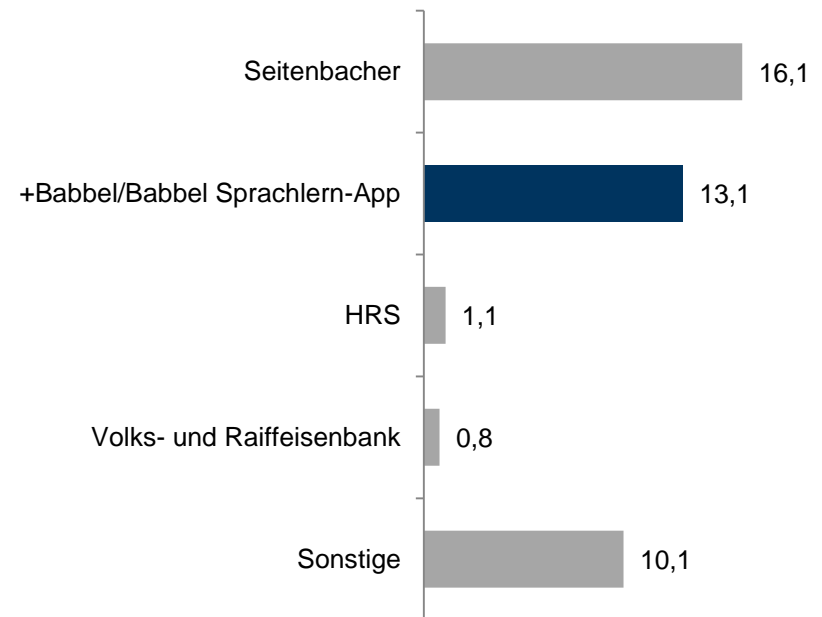
Sponsor erinnert

66 Prozent der Seher von „Wissen vor acht“ ist ein Sponsoring im Umfeld der Sendung aufgefallen.



n = 273

Hinter dem langjährigen Sponsor Seitenbacher erzielt +Babbel die zweithöchsten Erinnerungswerte.

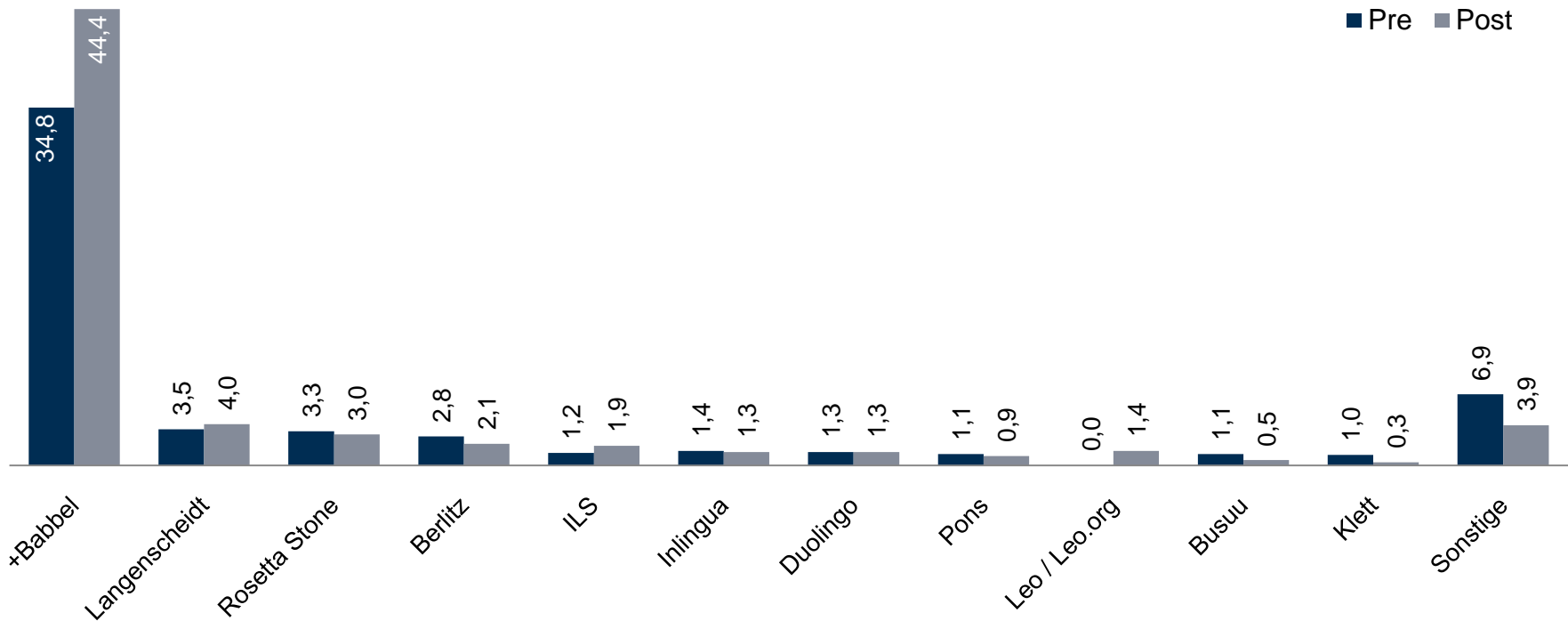


Ist Ihnen da schon mal ein Sponsor aufgefallen, d. h. dass ein Unternehmen am Anfang und am Ende der Sendung mit Namen genannt wurde?

Und wissen Sie noch, welche Firma oder welches Unternehmen da als Sponsor zu sehen war?

Ungestützte Bekanntheit

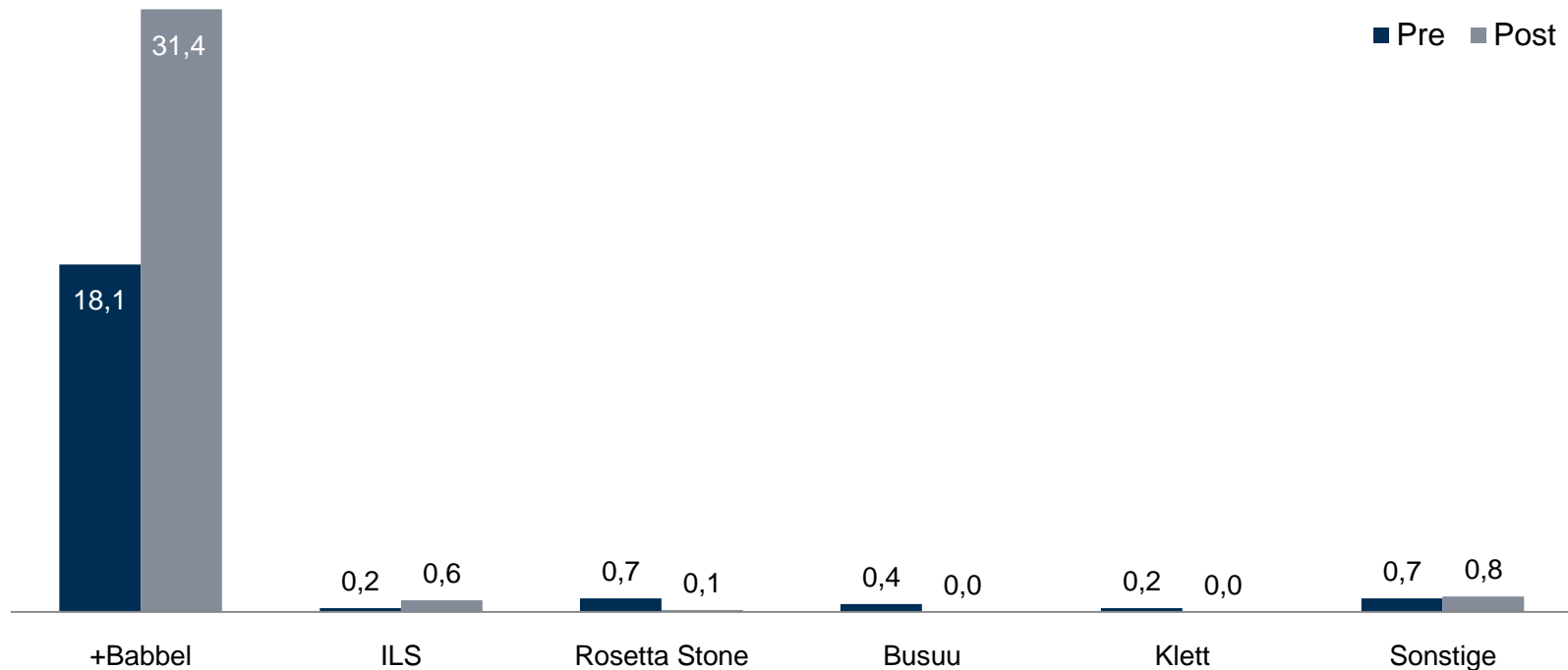
Unter den Sehern von „Wissen vor acht“ ist +Babbel der bekannteste Anbieter von Online-Sprachkursen. Durch das Sponsoring stieg die Bekanntheit auf 44,4 Prozent.



Wenn Sie jetzt einmal an Anbieter von Online-Sprachkursen denken: Welche kennen Sie, wenn auch nur dem Namen nach?/Anteil in Prozent

Ungestützte Werbeerinnerung

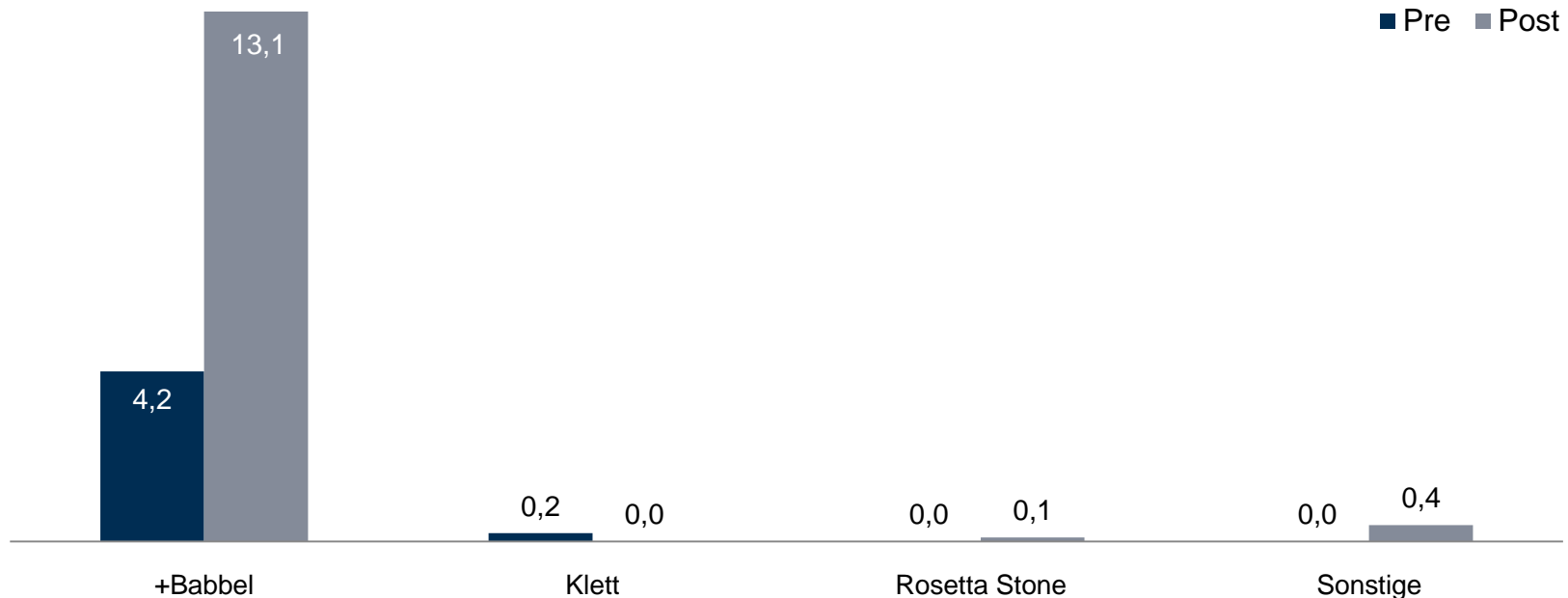
Die Seher von „Wissen vor acht“ konnten sich am häufigsten an Werbung von +Babbel erinnern. Bis zum Ende der Befragung hat sich die Werbeerinnerung an +Babbel fast verdoppelt.



Und für welche Anbieter von Online-Sprachkursen haben Sie in der letzten Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?
Anteil in Prozent

Ungestützte Sponsoring-Erinnerung

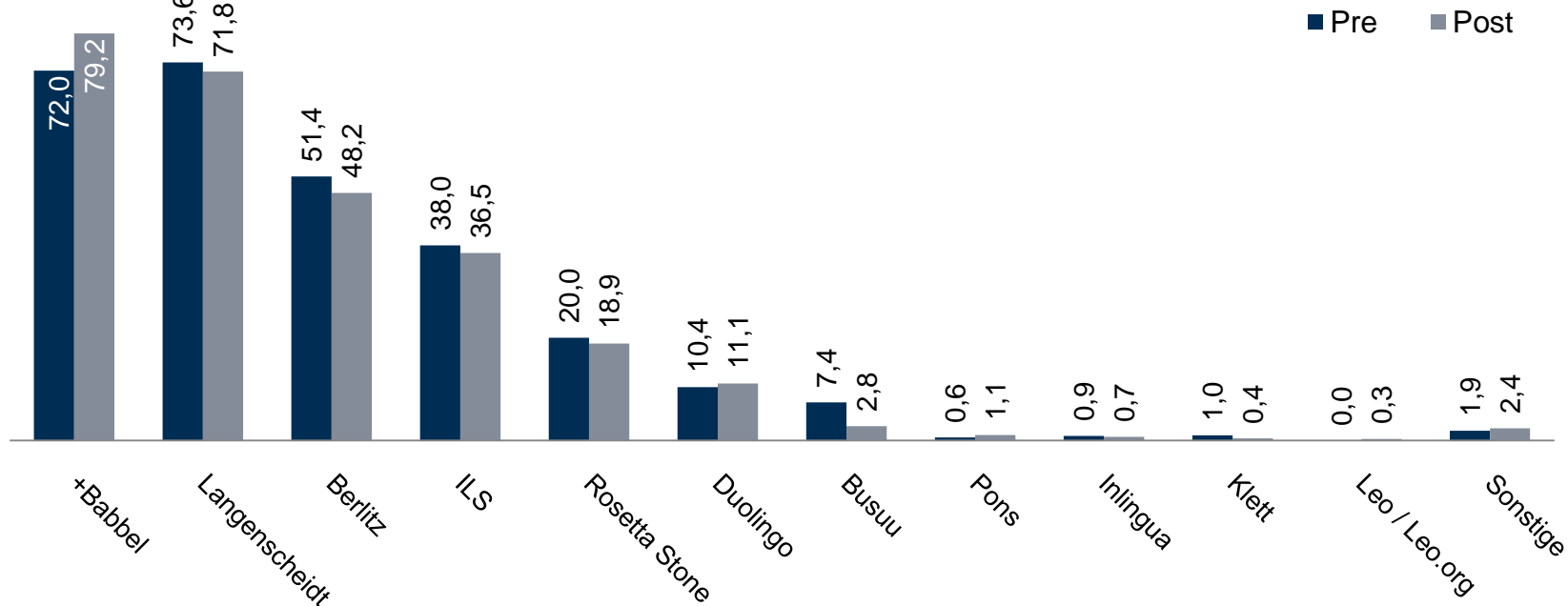
Die Seher von „Wissen vor acht“ konnten sich am häufigsten an Sponsoringhinweise von +Babbel erinnern. Bis zum Ende der Befragung hat sich die Sponsoring-Erinnerung an +Babbel mehr als verdreifacht.



Und für welche Anbieter von Online-Sprachkursen haben Sie in der letzten Zeit Sponsorenhinweise im Fernsehen gesehen? /Anteil in Prozent

Gestützte Bekanntheit

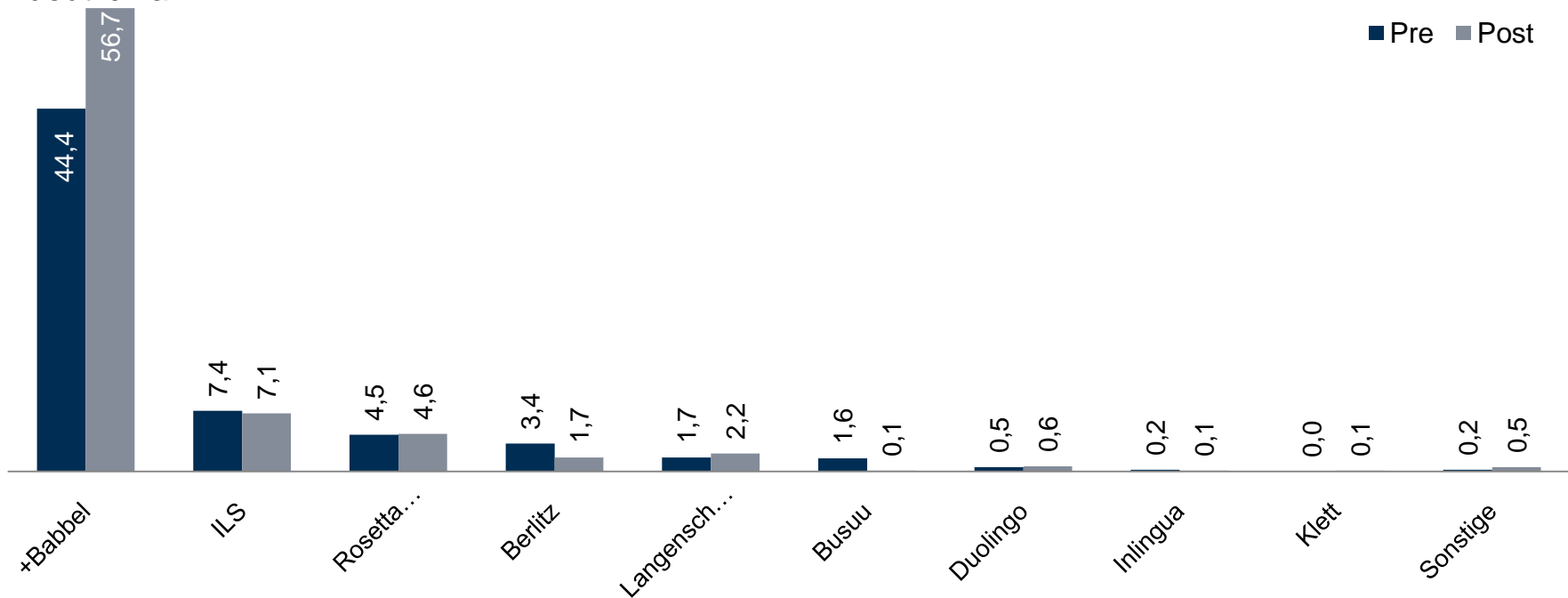
Vor dem Sponsoring von +Babbel war Langenscheidt der bekannteste Anbieter von Online-Sprachkursen. Bis zum Ende der Befragung stieg die gestützte Bekanntheit von +Babbel auf 79,2 Prozent. Damit ist +Babbel der bekannteste Anbieter von Online-Sprachkursen.



Hier sehen Sie eine Liste mit Anbietern von Online-Sprachkursen, bitte kreuzen Sie alle Anbieter an, die Sie zumindest dem Namen nach kennen! / Anteil in Prozent

Gestützte Werbeerinnerung

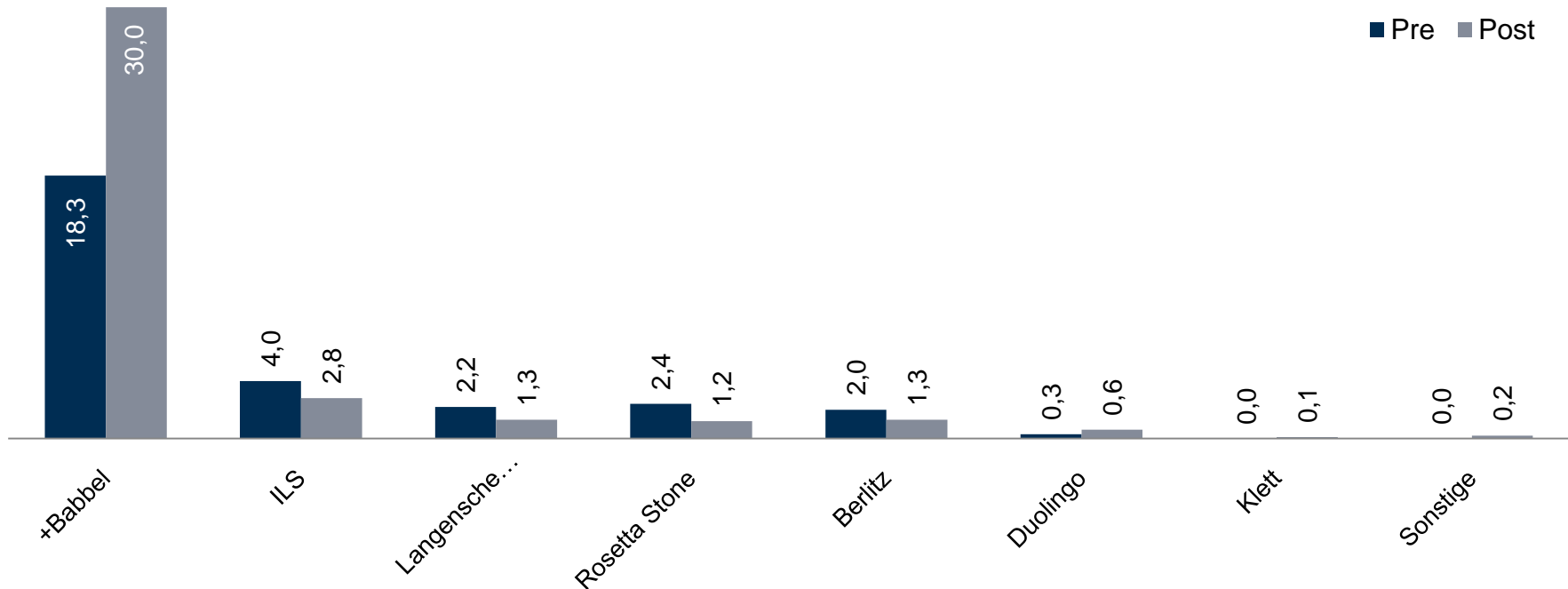
Unter den Sehern von „Wissen vor acht“, die mind. einen Anbieter von Online-Sprachkursen kennen, erzielt +Babbel die höchste gestützte Werbeerinnerung. Der Wert stieg bis zum Ende der Befragung deutlich an.



Und für welche dieser Anbieter von Online-Sprachkursen haben Sie in letzter Zeit Werbung im Fernsehen gesehen?
Anteil in Prozent

Gestützte Sponsoring-Erinnerung

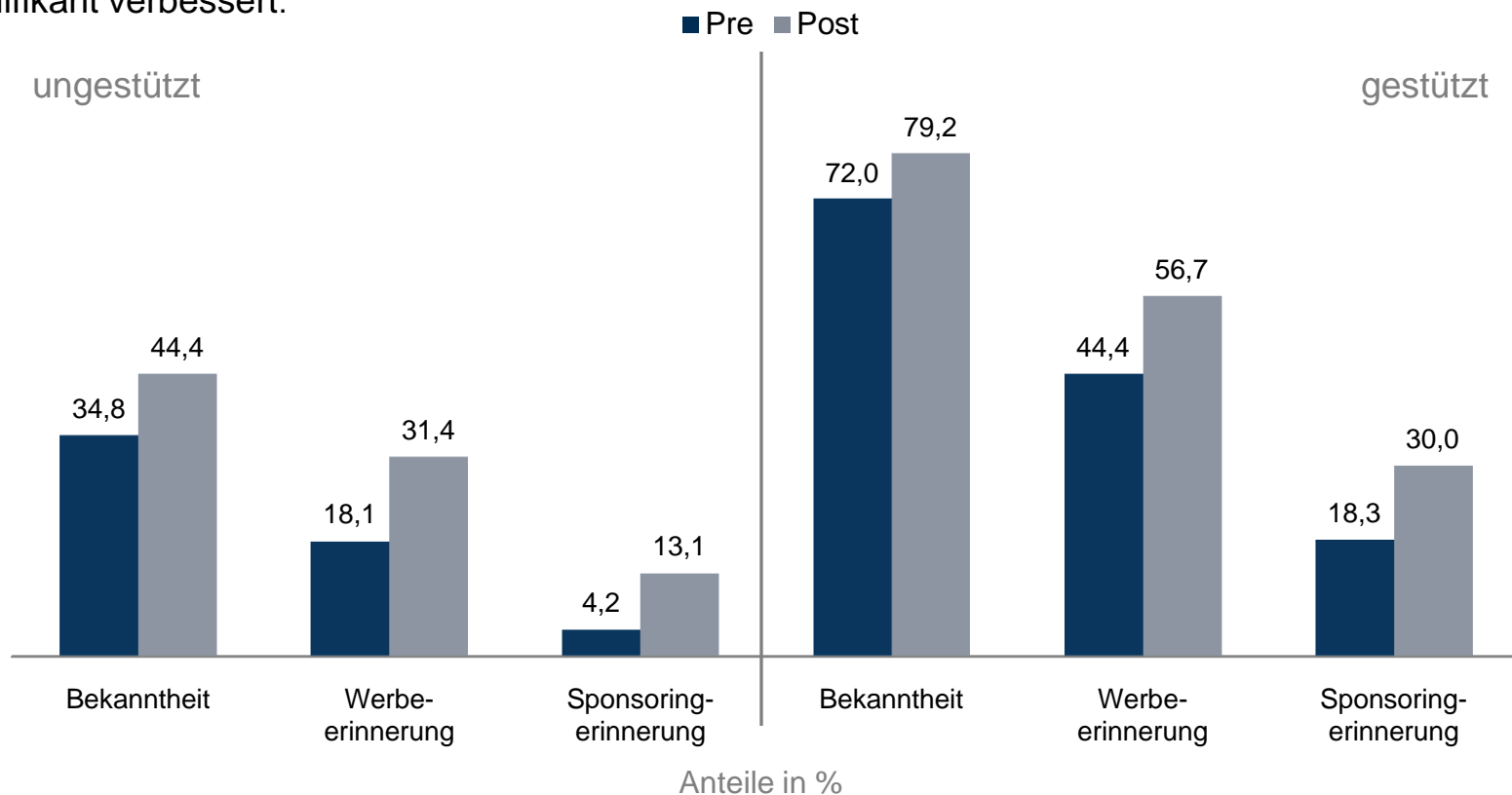
Die Seher von „Wissen vor acht“, die mind. einen Anbieter von Online-Sprachkursen kennen, konnten sich am häufigsten an Sponsoring-Hinweise von +Babbel erinnern. Bis zum Ende der Befragung stieg die gestützte Sponsoring-Erinnerung an +Babbel um 64 Prozent.



Und welche dieser Anbieter von Online-Sprachkursen sind Ihnen in der letzten Zeit als Sponsor im Fernsehen aufgefallen, d. h. dass ein Anbieter von Online-Sprachkursen am Anfang und am Ende einer Sendung innerhalb eines kurzen Hinweises mit Namen genannt wurde?/Anteil in Prozent

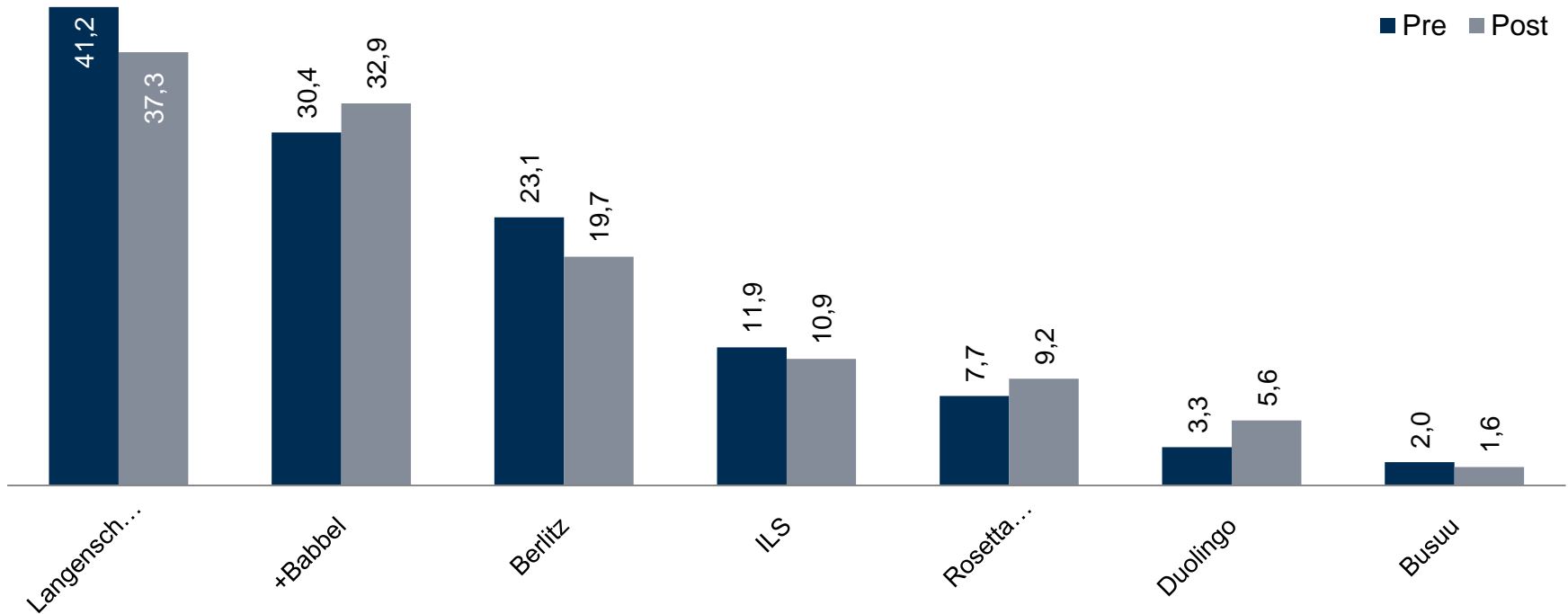
Überblick: Bekanntheit und Erinnerung

Sowohl gestützt als auch ungestützt haben sich die Werte von +Babbel in allen relevanten Kriterien signifikant verbessert.



Relevant Set

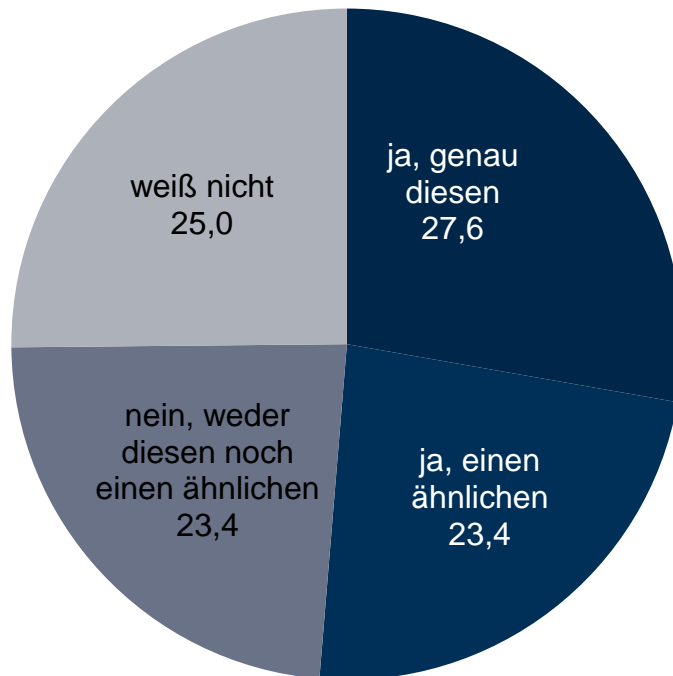
Im Relevant Set der Seher von „Wissen vor acht“ konnte +Babbel den Abstand zum Spitzenreiter Langenscheidt durch das Programm-Sponsoring deutlich verringern.



Wenn Sie einen Online-Sprachkurs belegen wollten, welche der folgenden Anbieter von Online-Sprachkursen kämen für Sie in Frage?/Anteil in Prozent

Recognition des Trailers

51 Prozent der Seher von „Wissen vor acht“ konnten sich an die Sponsoring-Trailer von +Babbel erinnern.



Zum Vergleich:

Reifenhersteller
Wetter im Ersten
Oktober 2011 15%

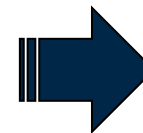
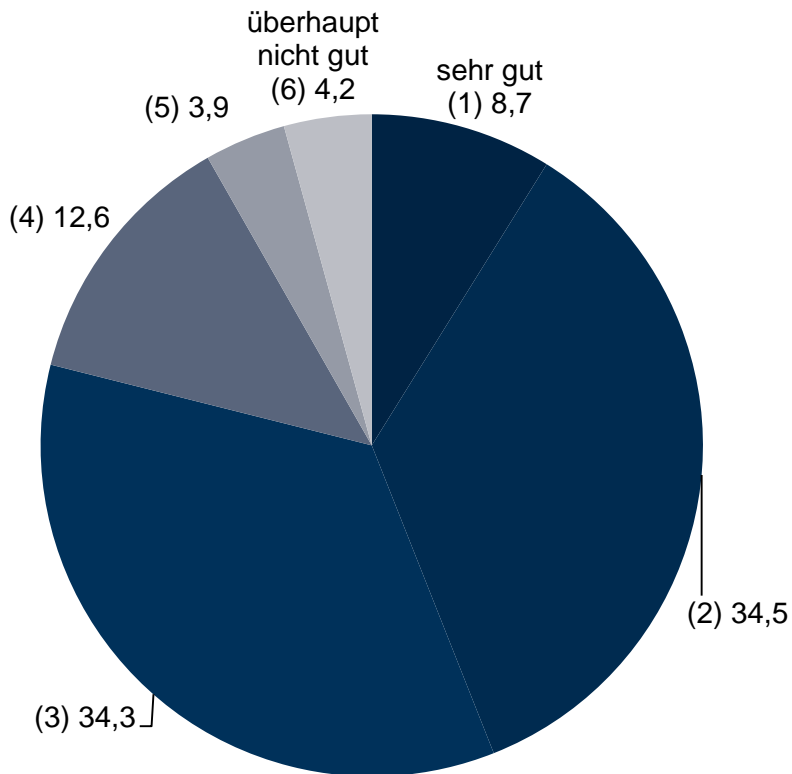
Food
Verbotene Liebe
März bis Okt. 2009 53%

Dienstleistung
Börse vor acht 2014 72%

Haben Sie diesen oder einen ähnlichen Sponsorenhinweis schon einmal im Fernsehen gesehen?
Vorspielen des Trailer im Online-Interview (Intro + Outro)

Globale Bewertung des Trailers

78 Prozent der Seher von „Wissen vor acht“ bewerten die Sponsoring-Trailer von +Babbel positiv (Schulnote 1-3)

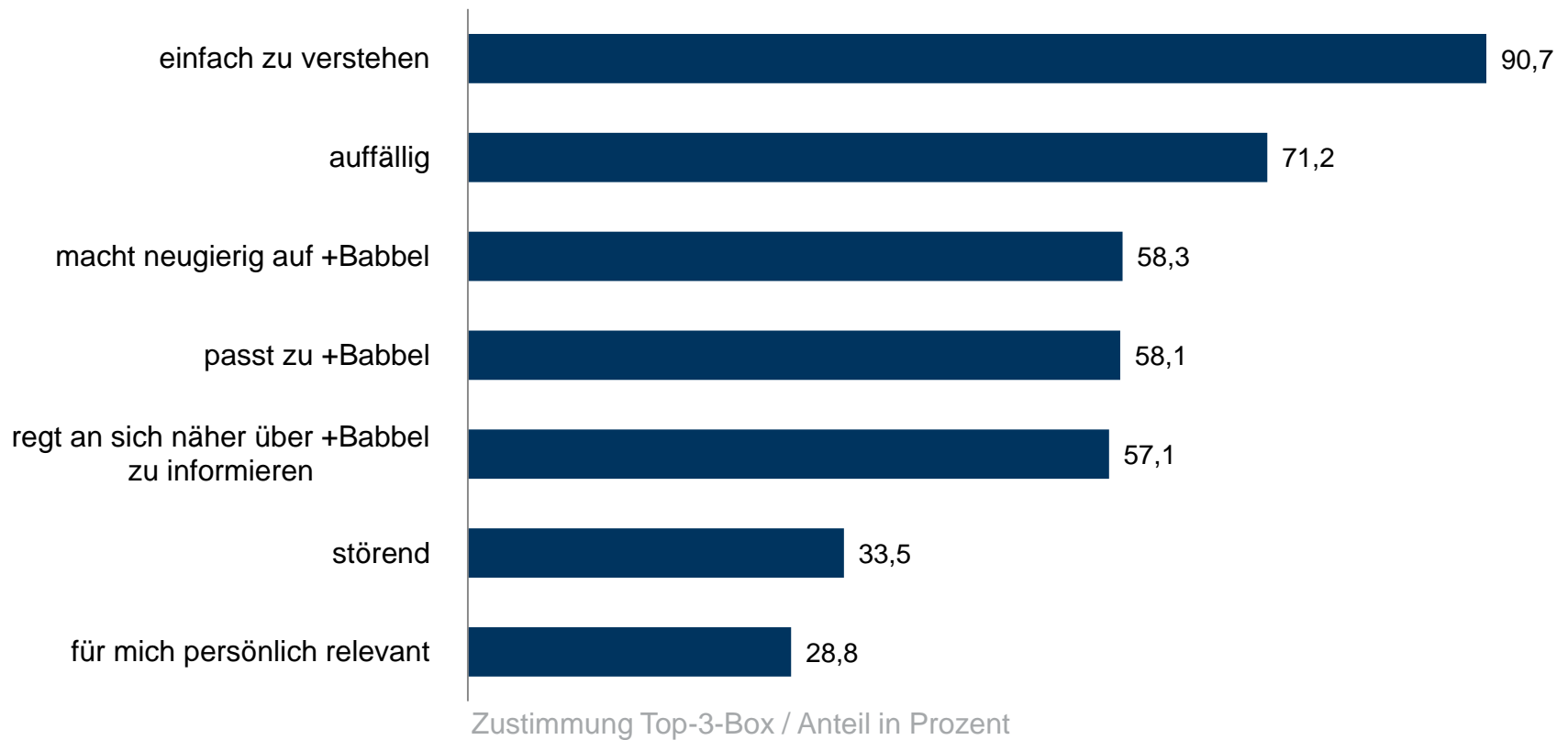


| | |
|-----------------------|-----|
| 18-49 Jahre | 83% |
| 50-69 Jahre | 74% |
| +Babbel bekannt | 80% |
| +Babbel nicht bekannt | 67% |

Einmal alles in allem betrachtet: Wie gefällt Ihnen dieser Sponsorenhinweis?/Anteil in Prozent

Differenzierte Bewertung des Trailers

Die Sponsoring-Trailer von +Babbel werden von den Sehern von „Wissen vor acht“ positiv bewertet.



Wahrnehmung des Trailers

Die Seher von „Wissen vor acht“, die sich an die +Babbel-Trailer erinnern, bewerten das Sponsoring von +Babbel im Programmumfeld von „Wissen vor acht“ sehr positiv.

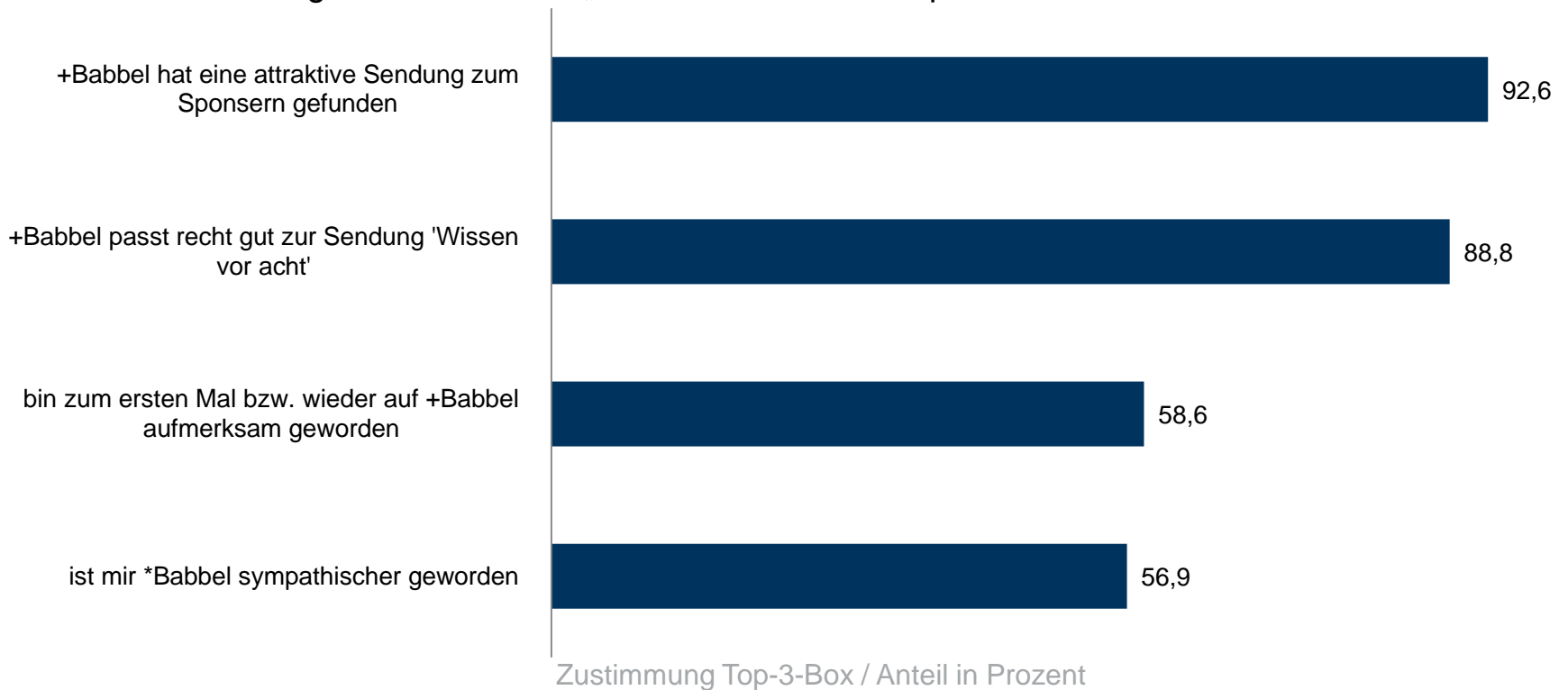
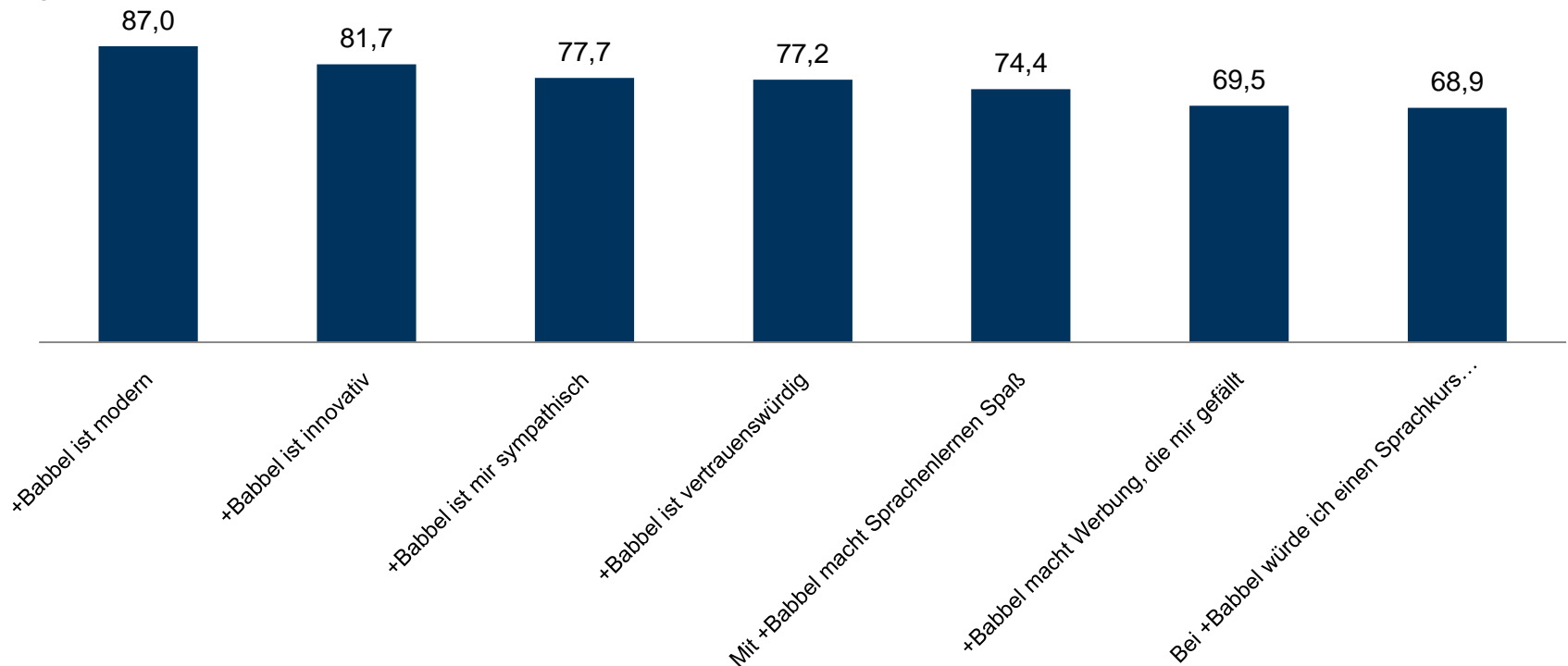


Image +Babbel

Von den Sehern von „Wissen vor acht“ wird +Babbel als modern, innovativ und sympathisch wahrgenommen. Fast 70 Prozent können sich vorstellen, einen Sprachkurs bei +Babbel zu machen.



Ich nenne Ihnen jetzt ein paar Eigenschaften, die auf Anbieter von Online-Sprachkursen zutreffen können. Bitte geben Sie jeweils an, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage in Bezug auf Babbel zustimmen/Anteil in Prozent (Top-3-Box)

Kontakt

Gerne geben wir Ihnen weitere Informationen.

Rufen Sie uns einfach an oder schicken Sie uns eine E-Mail:

Christian Schröder

Verkaufsleitung

Fon: 0221 2035- 1964

E-Mail: christian.schroeder@wdr-mediagroup.com

Malek Ait-Djoudi

Produktmanager TV & Sponsoring

Fon: 0221 2035-1973

E-Mail: malek.ait-djoudi@wdr-mediagroup.com